

ABSTRACT

The aimed of this research is to find out the influence of customer perception, brand image, and price to the customer loyalty at Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya. The population is all customers who have ever visited and purchased at Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya and these customers have been selected as samples by using purposive sampling method and the samples are 100 customers. The analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions.

The result of the test shows that customer perception, brand image, and price give influence to the customer loyalty at Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya. This condition indicates that the models which have been applied in this research are feasible to be continued for the following analysis. This result is also supported by the determination coefficient level 73.8% which shows the simultaneous contribution among those variables to the customer loyalty at Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya are firm. The result of examination also shows that the variables i.e. customer perception, brand image, and price, each of them give influence to the customer loyalty at Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya. Meanwhile, brand image is the variable which give dominant influence to the customer loyalty.

Keywords: Customer perception, brand image, price, customer loyalty

INTISARI

Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen, citra merek dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah pelanggan yang berkunjung dan membeli pada Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, dan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Adapun teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda.

Hasil pengujian menunjukkan persepsi konsumen, citra merek dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya. Kondisi ini mengindikasikan model yang digunakan dalam penelitian layak dilanjutkan pada analisa berikutnya. Hasil ini juga didukung dengan tingkat koefisien determinasi berganda sebesar 73,8% menunjukkan sumbangan antara variabel tersebut secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya adalah erat. Hasil pengujian juga menunjukkan variabel persepsi konsumen, citra merek dan harga masing-masing berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Majestyk Bakery and Cake Shop Kapas Krampung Surabaya. Sedangkan variabel yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap loyalitas pelanggan adalah citra merek

Kata Kunci :Persepsi Konsumen, Citra Merek , Harga, Loyalitas Pelanggan